

上司 & 部下世代に調査！ ビジネスシーンでのメンズメイク、どこまでアリ？

上司世代は“盛る”メイクに抵抗あり！

世代間で最も意見が割れたのは「アートネイル・カラーネイル」

ファンデーションやコンシーラー…“隠す”メイクは上司世代にも好印象!?

メンズビューティープロダクション「Soft Drink（ソフトドリンク）」を手掛ける Mazeru Share 株式会社（所在地：東京都渋谷区、代表取締役：松倉寛之）が運営する、メンズ美容情報の調査・発信を行うメディア「メンズ美容総研」は、ビジネスシーンにおけるメンズメイクに関する意識・実態調査を実施いたしました。

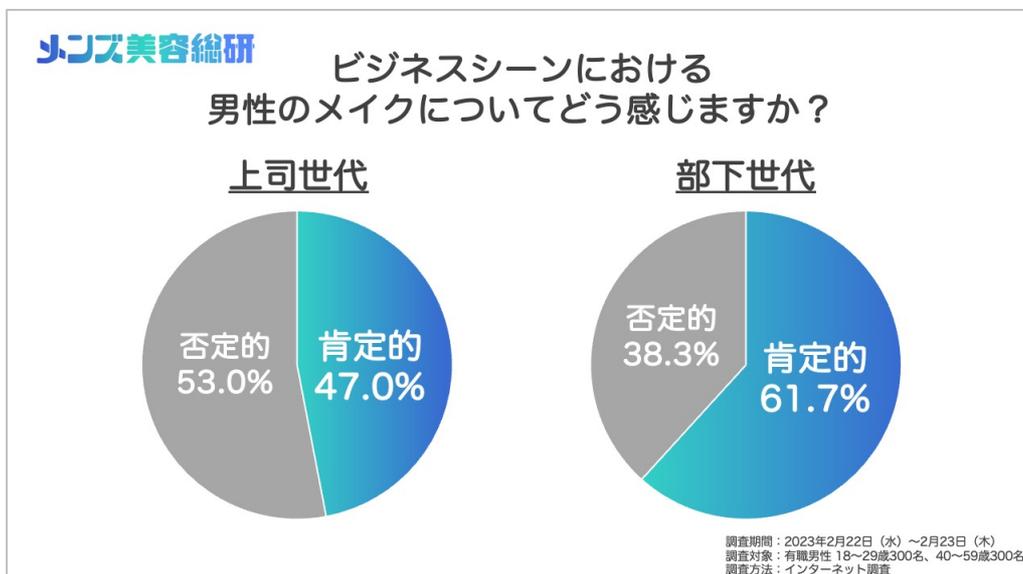
近年、女性向け美容商材の広告に男性タレントが起用されるなど「ジェンダーに捉われない美容」に注目が集まっています。「メイクは女性がするもの」という価値観は今や過去のものとなり、大手美容メーカー各社もメンズメイクやスキンケアの商品ラインナップ拡充に力を入れるなど、美容市場の中でも特に盛り上がりを見せているのが男性向け美容商材です。

しかし今、メンズ美容は世の中に受け入れられていく途中段階にあり、場所やシーンによっては「メイクをするべきではない」と考えられてしまうこともあります。

そこで今回「メンズ美容総研」では「男性のオフィスメイク」に関する意識・実態調査を実施。部下世代（18～29歳）と上司世代（40～59歳）の男性を対象に、ビジネスシーンでのメンズメイクについての「あり」「なし」を調査しました。

◆ ビジネスシーンにおけるメンズメイク、肯定派は「上司世代：47.0%」「部下世代：61.7%」

まず、ビジネスシーンにおけるメンズメイクについての考えを聞いたところ「肯定的」だと回答したのは上司世代の47.0%、部下世代の61.7%となりました。部下世代に比べて上司世代の方が、ビジネスシーンにおけるメンズメイクについては否定的であることが分かりました。



◆ <メイク部位別> ビジネスシーンにおけるメンズメイクの「あり」「なし」を徹底調査！

次に、ビジネスシーンにおけるメンズメイクの「あり」「なし」について、上司世代と部下世代それぞれに調査。その結果をメイク部位別にご紹介します。

<肌・輪郭メイク編> 「ファンデーション」や「コンシーラー」などの“隠す”メイクは両世代で「あり」率高し！

「肌・輪郭メイク編」では、「ファンデーション」「コンシーラー」「チーク」「シェーディング・ハイライト」の4項目に分けて調査。

特筆すべきは「ファンデーション」と「コンシーラー」の「あり」率の高さ。「ファンデーション」は上司世代・部下世代ともに全メイクの中で2番目に、「コンシーラー」は上司世代・部下世代ともに全メイクの中で最も高い結果となりました。**肌の気になる部分を“隠す”タイプのメイクは、ビジネスシーンでも受け入れられやすい**と言えるでしょう。

■ファンデーション

上司世代：「あり」55.0%

部下世代：「あり」63.0%

■コンシーラー

上司世代：「あり」64.0%

部下世代：「あり」64.7%

■チーク

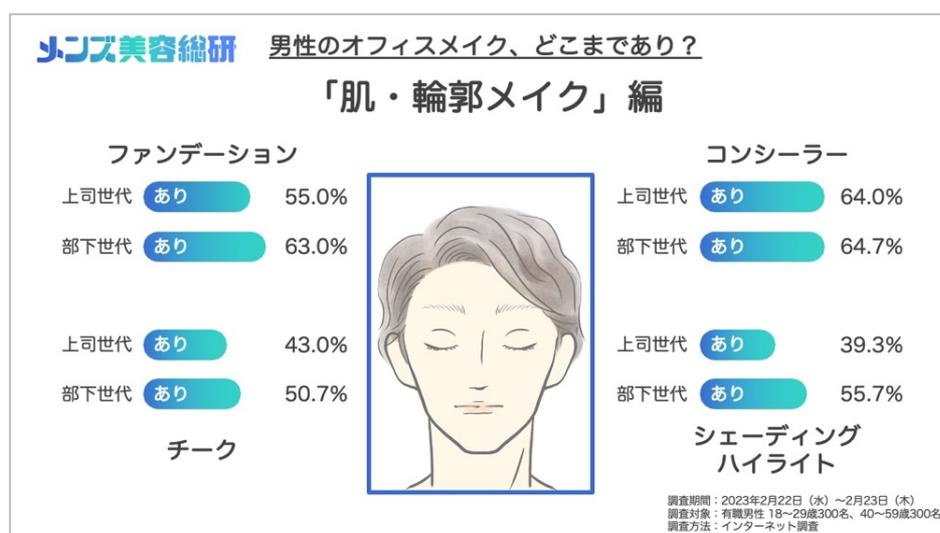
上司世代：「あり」43.0%

部下世代：「あり」50.7%

■シェーディング・ハイライト

上司世代：「あり」39.3%

部下世代：「あり」55.7%



<アイメイク編> 目元に色やラメを乗せる「アイシャドウ」は、全メイクの中で「なし」率 TOP

「アイメイク編」では、「アイライナー」「ビューラー」「二重メイク」「アイシャドウ」の4項目に分けて調査。

「アイシャドウ」は、上司世代の「あり」率が29.3%と今回の調査の中で唯一3割を下回っており、上司世代からは最も「なし」だと思われるメイクであると言えます。部下世代では約5割（45.3%）が「あり」と回答しているものの、こちらも全メイクの中で部下世代の「あり」率が最も低い数値であり、**ビジネスシーンにおいて「アイシャドウ」をするハードルの高さ**がうかがえます。

■アイライナー

上司世代：「あり」34.0%

部下世代：「あり」47.3%

■ビューラー

上司世代：「あり」38.7%

部下世代：「あり」50.0%

■二重メイク

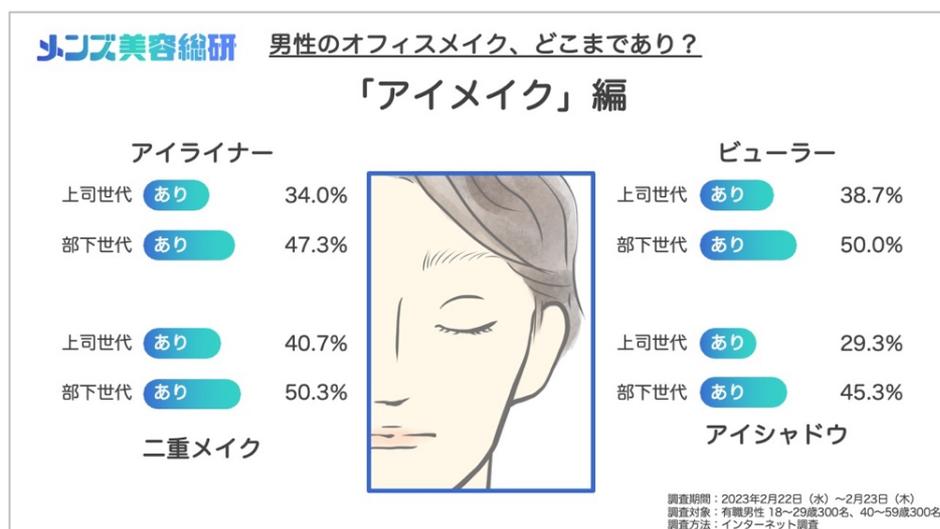
上司世代：「あり」40.7%

部下世代：「あり」50.3%

■アイシャドウ

上司世代：「あり」29.3%

部下世代：「あり」45.3%



<眉メイク編> アイブロウとアイブロウカラーの「あり」率は、ほぼ変わらず

「眉メイク編」では、「アイブロウ」「アイブロウカラー」の2項目に分けて調査。

眉を薄く書き足す「アイブロウ」と、髪の色などに合わせて眉に色をつける「アイブロウカラー」は、「あり」率がほぼ同じ結果となりました。具体的に、上司世代では「アイブロウ」が40.7%で「アイブロウカラー」が41.3%、部下世代では「アイブロウ」が49.0%で「アイブロウカラー」が49.7%となっています。

■アイブロウ

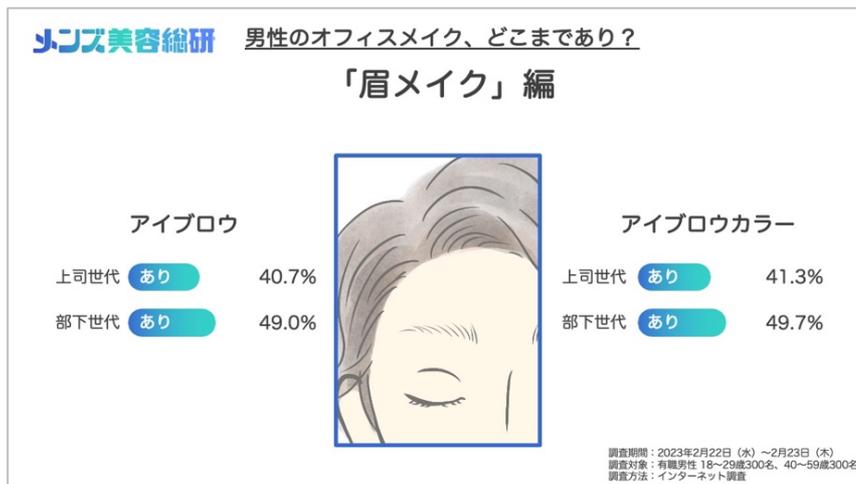
上司世代：「あり」40.7%

部下世代：「あり」49.0%

■アイブロウカラー

上司世代：「あり」41.3%

部下世代：「あり」49.7%



<口元メイク編> 「ティント・グロス」は上司世代と部下世代で意見が割れる

「口元メイク編」では、「色付きリップ」「ティント・グロス」の2項目に分けて調査。

「色付きリップ」は、上司世代（41.3%）と部下世代（46.0%）での「あり」率の差が4.7pt 差と、**全メイクの中で最も世代間での差が小さい**結果となりました。

一方で「ティント・グロス」は、上司世代（32.0%）と部下世代（47.7%）で15.7pt 離れており「カラーネイル・アートネイル」「アイシャドウ」に次いで**3番目に世代間の差が大きい**メイクとなっています。

■色付きリップ

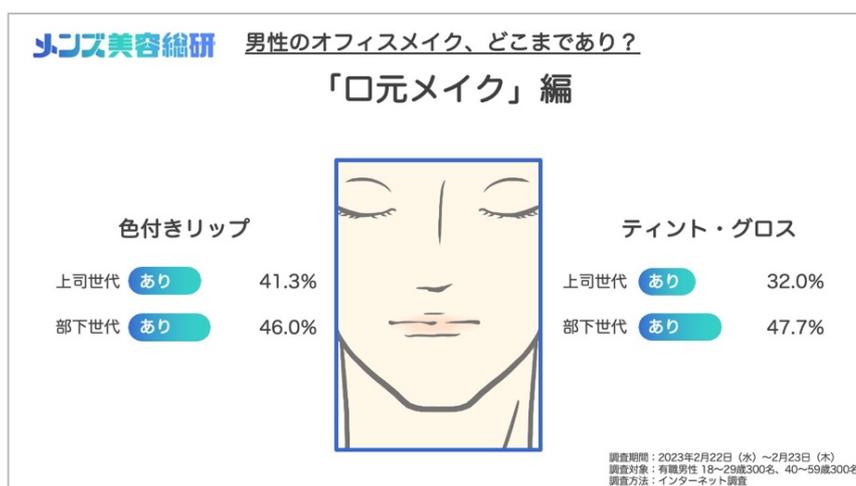
上司世代：「あり」41.3%

部下世代：「あり」46.0%

■ティント・グロス

上司世代：「あり」32.0%

部下世代：「あり」47.7%



<ネイル編> カラーネイル・アートネイルは、全メイクの中で世代間「あり」率の差がTOP

「ネイル編」では、「ネイルケア」「カラーネイル・アートネイル」の2項目に分けて調査。

「ネイルケア」は、上司世代（47.3%）と部下世代（53.3%）の「あり」率の差が6.0pt と「コンシーラー」「色付きリップ」に次いで世代間での意見差が小さい結果に。上司世代では「コンシーラー」「ファンデーション」に次ぐ「あり」率の高さであることから、どの世代にも受け入れられやすいメイクであると言えるでしょう。

一方で「カラーネイル・アートネイル」の「あり」率は上司世代が 31.7%、部下世代が 49.3%で、**17.6pt 差は全メイクの中で最大**。上司世代の「あり」率は「アイシャドウ」に次いで低いことから、**ビジネスシーンにおいては特に注意が必要なメンズメイクである**と言えます。

■ ネイルケア

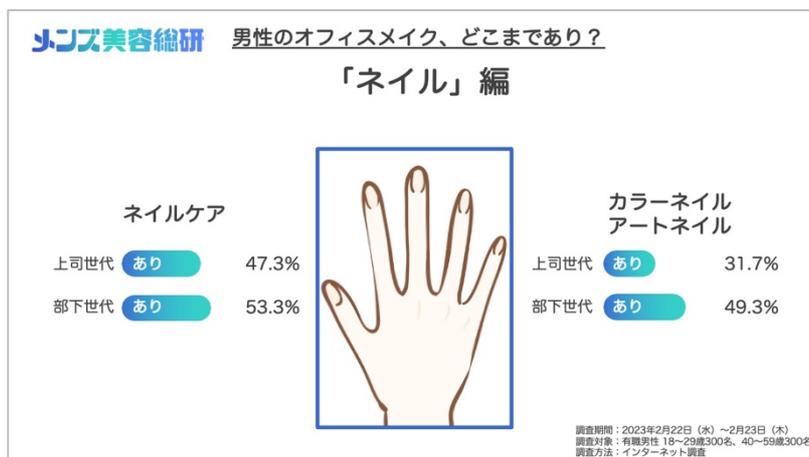
上司世代：「あり」47.3%

部下世代：「あり」53.3%

■ カラーネイル・アートネイル

上司世代：「あり」31.7%

部下世代：「あり」49.3%



◆ 調査まとめ

今回の調査では、全体的に上司世代より部下世代の方がビジネスシーンでのメンズメイクに肯定的であることが分かりました。

しかし上司世代は、必要以上に自分を飾るメイクには抵抗が強い一方で、コンプレックスや気になるところを“隠す”メイクへの受容度が比較的高い傾向にあることも判明。

ビジネスシーンにおいて「自分をよりよく見せたい」「悪い印象を与えたくない」と考えるのはどの世代でも自然なこと。世の中にメンズメイクが受け入れられていくにしたがって、ビジネスシーンでのメンズメイクも増えていくのかもしれませんが。

調査概要

調査対象：18～29歳 有職男性 300名

40～59歳 有職男性 300名

調査方法：インターネット調査

調査期間：2023年2月22日（水）～2月23日（木）

※調査結果の数値は小数点第二位を四捨五入しており、合計値が100%にならない場合があります。

◆ 「Soft Drink」について

「Soft Drink」では、芸能活動・インフルエンサーとしての活動や、商品・ブランド開発などに興味がある美容感覚の高い男性を KOL・インフルエンサーとしてマネジメントいたします。KOL を活用したクリエイティブの制作から、マーケティング施策のデータ分析まで幅広くカバーすることで、クライアントのニーズに合ったマーケティングを提供します。

Soft Drink 公式ホームページ：<https://soft-drink.jp/>

Soft Drink 公式 Instagram：https://www.instagram.com/soft_drink_official/

■ このリリースに関するお問い合わせや資料・取材をご希望の方は下記までご連絡ください ■

Maseru Share 株式会社 東京都渋谷区道玄坂 1-21-1 渋谷ソラスト 3F

担当：松倉 お問い合わせメールアドレス：info@soft-drink.jp